

NewStyle居酒屋 八喜為(はきだめ)新開地南店 事業報告書

有限会社 八喜為

2024年12月

1. 事業の目的

【モデル事業の経緯・目的】

我々、居酒屋店舗では、お客様はお酒を嗜み、雰囲気を楽しむ傾向がある為、どうしても食べ残しというものが、一般のレストランや飲食店よりも増える傾向にある。お客様が食べ切れず残してしまったお料理を、スタッフを通じて、mottECOの活用を促し、安全にお持ち帰り頂くよう店側からアクションを起こしていくことで、店舗でのフードロスの削減と、地球環境への負荷を少しでも減らす、もっとECOへ！にチャレンジしていくことを目的とする。

【事業の実施エリア・対象】

今回mottECOを実施する店舗は、兵庫県神戸市兵庫区の新開地商店街内にある、「NewStyle居酒屋 八喜為(はきだめ) 新開地南店」である。こちらの店舗は、2021年にオープンした店舗で、最新のモバイルオーダーやキャッシュレス決済などを導入しており、比較的細かなデータが取りやすく、今回のmottECO活用実施のタイミングでセルフオーダーシステムも同時活用し、売上を上げると共にフードロス削減にチャレンジをしていく店舗として適している。

モデル事業の対象としては、南店にご来店の上、ご飲食されたお客様を対象とする。

2. 事業の内容

【食品ロス削減に向けた現状と取組状況】

mottECOの取組みとしては、店内での啓発環境を整え、お持ち帰りをしやすい雰囲気を作っていくことが重要になってくることが課題にあげられる。

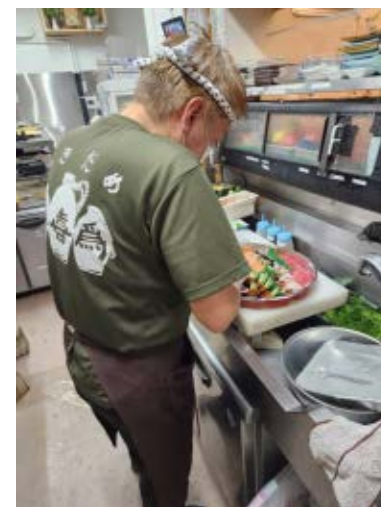
モデル事業取組み当初は、店側からのアクションはなく、お客様からの要望がある場合のみ、食べ切れなかった料理をスタッフが容器に詰めて、お渡しをしている状況であった。10月半ば以降はmottECOの取り組みを告知し、店側からもお客様に対して、食べ切れなかった料理のお持ち帰りを積極的に働きかけていく。



◆店内の様子◆



◆店頭イベントの様子◆



◆調理の様子◆

2. 事業の内容

【食品ロス削減に向けた課題と取り組み方針①】

従来、居酒屋店舗では、お酒が入ることにより、料理を頼みすぎたり、単品料理一品あたりのボリュームが多いことで、食べ切れず残してしまうことが多く、そのような状況が常態化しているが、その中で我々は、**スタッフを通じて、お客様にmottECOの実施と活用をを呼びかけ、食べ残した料理等を安全にお持ち帰り頂きやすい環境や雰囲気を作っていくことが重要になってくることが課題**にあげられる。

- ①お客様が料理を頼み過ぎないオペレーション（商品の分量を伝える等）
- ②食器を下げるタイミングでお皿に残っている料理を小皿にまとめて、食べやすいように誘導する等の工夫。
- ③お客様の食べるペースが落ちてきた時には、mottECOのご案内をし、料理を持ち帰って頂く努力をする。

上記のように、居酒屋の得意分野であるコミュニケーション力を生かして接客する事で、食品ロス削減へ繋げていく力が求められる。また、コロナ禍以降、飲食店で多く活用されている注文タブレットにもmottECOの告知と注文ができるシステム設定をする等、IT機器も上手く活用し、スタッフの人間力とIT機器の良い部分を織り交ぜて、上手に活用して取り組む事が必要である。



2. 事業の内容

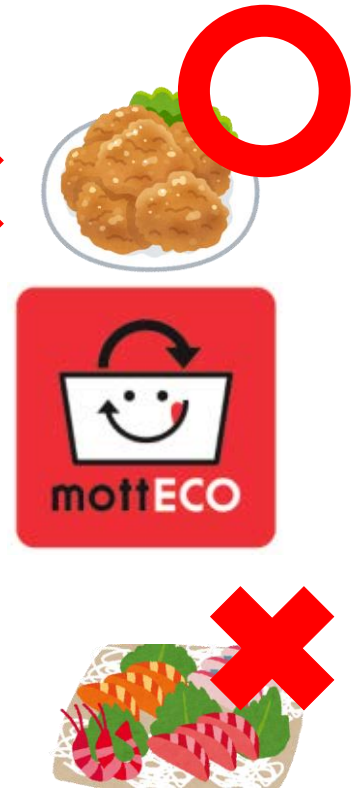
【食品ロス削減に向けた課題と取り組み方針②】

飲食店にとって、最も重要視・懸念される「衛生管理」の観点から、お持ち帰りの条件としては

- ・「食品のお持ち帰りは、お客様の自己責任となること。」
- ・「帰宅後、速やかに食べること」
- ・「生もの・傷みやすいものは持ち帰りNG」
- ・「スープ・味噌汁・ドリンク類の持ち帰りはNG」
- ・「熱い時期や長時間の持ち運びはNG」
- ・「加熱の際は別の容器や食器に移す」
- ・「加熱後に匂いや味に異変を感じた場合は食べない」
- ・「店舗の専用容器以外での持ち帰りはNG」

等の注意喚起等、チラシを配布することも重要である。

更には、お客様ご自身でパッキングをして頂く際にも、生もの等を詰め込んでいないか等、スタッフが目視で確認することも、作業の一環として大切であることがあげられる。



2. 事業の内容

事業目標			
NewStyle居酒屋 八喜為 新開地南店でmottECO活用お客様100名を目指す			
取組	実施内容	取組対象	実施時期
①食品廃棄量(店舗内での食べ残し)の計測	■ 日々、店内で出るお客様の食べ残し(食品廃棄量)の計測を行い、mottECO導入前後での比較を行う。	■ NewStyle居酒屋 八喜為新開地南店 店舗内 ■ 食品廃棄量をその日の来客数で割り出す	■ 前半：2024年7月21日～同年10月15日 ■ 後半：2024年10月16日～同年12月27日
②食品お持ち帰り量計測	■ 食べ残しをお持ち帰りされる食品量の計測を行いmottECO導入前後での比較を行う。 ■ どのようなお客様がどのような食品をお持ち帰りをしたか詳細も把握する。	■ NewStyle居酒屋 八喜為新開地南店 店舗内 ■ 食べ残しをお持ち帰りされるお客様対象	■ 前半：2024年9月1日～同年10月15日 ■ 後半：2024年10月16日～同年12月27日
③mottECO告知・宣伝・広告	■ 食品ロス削減チャレンジをしている店舗としてmottECOの実施告知と宣伝・広告を店舗内外へ行う	■ NewStyle居酒屋 八喜為新開地南店 店舗内外のお客様やSNS利用者等	■ 2024年10月16日～

2. 事業の内容

取組	実施内容	取組対象	実施時期
④店舗の会員お客様や周辺地域の方へのmottECO意識調査アンケート実施	■ 店内飲食での食べ残しを持って帰る事(mottECO)について、どう思うか？のアンケート調査の実施をmottECO導入前後の2回モバイル配信で行う。 ■ ⇒とても興味がある、まあまあ興味がある、どちらでもない、あまり興味はない、興味はないの5項目の中からの回答形式	■ NewStyle居酒屋 八喜為新開地南店モバイル会員様対象 ■ 店舗周辺地域のドコモユーザー様対象	■ 前半(導入前) 2024年9月13日配信 ■ 後半(導入後) 2024年12月13日配信
⑤セルフオーダー導入&mottECO広告&注文システム導入	■ セルフオーダーシステムを導入、mottECOの広告・説明、システムより注文できるようにする。 ■ 従来から使用しているモバイルオーダーからもmottECO注文できるように設定する。	■ NewStyle居酒屋 八喜為新開地南店 セルフオーダーシステム・モバイルオーダーシステム	■ 2024年10月16日 導入開始

2. 事業の内容

取組	実施内容	取組対象	実施時期
⑥mottECO活用 ありがとうクーポン 配布	■ 店舗でmottECO活用されたお客様にフードロス削減チャレンジへのご協力と感謝の気持ちを込めて、次回使えるありがとうクーポン券をお渡しする。	■ NewStyle居酒屋 八喜為新開地南店 でご飲食のお客様	■ 2024年10月16日～
⑦実施店舗のスタッフ に対するアンケート調査と 改善点の共有を行う	■ 店舗でmottECOを実施した際に、感じた点や気付いた点、フードロスに対する見方で変わった点等のアンケート調査の実施。 ■ mottECOを実施した上で、やりやすかった点、やりにくかった点、工夫した点等を共有し今後の改善点として対策を立てる。	■ NewStyle居酒屋 八喜為新開地南店 店舗内スタッフ	■ 2024年12月20日

2. 事業の内容

【モデル事業実施期間内のゴール（目標）設定と効果検証】

1. 居酒屋飲食店舗で、食べ残した料理のお持ち帰りのお客様数**100名**を目指す。(システムカウントあり) ※実施期間：令和6年10月16日～12月27日まで
2. 居酒屋飲食店舗で出る食品廃棄量とお持ち帰り量の計測を行い、mottECO導入前後で、どれほどの差がでるか検証を行う。
3. 南店のモバイル会員様と周辺地域の一般の方に、mottECOの意識調査アンケートを行い、導入前後での変化を検証する。
4. スタッフへの意識調査アンケートを行い、mottECOを導入したことにより起こった意識の変化を検証する。

【実施スケジュール】

2024年7月1日～2024年12月27日までの期間、以下の事を行う。

- ①食品廃棄量の計測
- ②お持ち帰り量の計測
- ③mottECOの広告宣伝(ポスター貼り出し・POP掲示・SNS拡散等)
- ④モバイル会員様や周辺地域の方へのmottECO意識調査アンケート
- ⑤セルフオーダー等システムを使ったmottECO注文数のカウント
- ⑥mottECOご活用ありがとうございますクーポン配布
- ⑦スタッフへの意識調査アンケート

2. 事業の内容

【実施スケジュール時系列】

実施期間	実施項目	実施担当
2024/7/21～10/15	①食品廃棄量の計測(前半)	キッチン担当者
2024/9/1～10/15	②食品の持ち帰り量計測(前半)	ホール担当者
2024/9/13	④mottECO意識調査アンケート(前半)	(株)ピーカチ
2024/10/16	③⑤mottECO告知・セルフオーダー開始	総務担当者
2024/10/16～12/27	①食品廃棄量の計測(後半)	キッチン担当者
2024/10/16～12/27	②食品の持ち帰り量計測(後半)	ホール担当者
2024/10/16～	⑥mottECOご活用ありがとうクーポン配布	ホール担当者
2024/12/13	④mottECO意識調査アンケート(後半)	(株)ピーカチ
2024/12/20	⑦スタッフへの意識調査アンケート	総務担当者



3. 事業の実施体制（実施店舗の場所）

「NewStyle居酒屋 八喜為新開地南店」は、周辺に4つの沿線を持つ駅や宿泊施設・観光名所等があり、多方面からもアクセスしやすい立地である。



3. 事業の実施体制(実施店舗周辺の施設・交通について)

【実施店舗の立地環境】

今回のモデル事業を行った「NewStyle居酒屋 八喜為(はきだめ)新開地南店」は、神戸市兵庫区の「新開地商店街」の南側に2021年12月コロナ禍の中でオープンした、新しいスタイルの居酒屋店舗である。

こちらの店舗は、神戸でも観光や商業施設、アミューズメント施設で有名なumieから徒歩でも来店できる距離にあり(自転車や車なら5分・徒歩で15分ほど)、地元のお客様をはじめ、県外から遊びに来られた方でも立ち寄りやすい店舗である。

また、周りには温泉宿泊施設「万葉倶楽部」をはじめ、比較적お手頃価格のビジネスホテルも多くあり、観光や家族旅行、ビジネス利用のお客様なども気軽にお越し頂いている。

近辺には「JR神戸駅」「神戸市営地下鉄ハーバーランド駅」「高速神戸駅」「新開地駅」といった4つの駅があり、どの駅からのアクセスも徒歩10分程度という距離に店舗があり、多方面からの来店にも利用しやすく集まりやすいという利点がある。

3. 事業の実施体制(実施店舗周辺の環境について)

【新開地商店街について】

新開地商店街といえば、昔から神戸の下町として「飲みに行く・遊びに行く」場所としては、東の浅草・西の新開地とよばれるほどの賑やかな商店街であった。一時は商店街自体が衰退していったものの、阪神淡路大震災以後、新開地まちづくりNPO団体が力を注ぎ、住みやすい住宅街と飲食店と娯楽施設が融合された商店街として様変わりしていった。

娯楽施設としては、昔からある「新開地劇場（大衆演劇）」をはじめ「新開地アートひろば（演劇・映画・ギャラリー・ホール）」「Chinema Kobe（映画館）」「新開地ボートピア（競艇場）」等があり、近年では「喜楽館（上方落語・演芸場）」もでき、更に賑わいを増している。

また、商店街としての活動は、毎月、新開地アートひろば前で行われる「新開地マルシェ」を始め、年に2回商店街全域で行われる「新開地まつり(夏・冬)」、年に1度のビックイベント「新開地音楽祭」など、まちづくりNPOや自治会など、地域の方々の努力で行われており、現在では多くの人が集まりやすい仕組みができている 商店街となっている。

3. 事業の実施体制(実施店舗の会社について)

【有限会社 八喜為（はきだめ）について】

八喜為は**1971年(昭和46年)**に新開地にあった東映映画館の隣に小さな屋台で開業した「串かつ居酒屋」であった。

創業者「中村巖」が夫婦で串かつの衣とソースの味の研究を重ね、お客様に提供したものが、この街の味覚とマッチし人気となり、その後「新開地商店街内」に店舗を移転(これが現在の新開地本店)、お客様からの要望で串かつ以外にも焼とり、一品料理、活魚料理、宴会料理と、どんどん料理の幅を広げ、現在の大衆居酒屋として拡大をしていった。

1976年(昭和51年)1月には有限会社として会社設立をし、当時の繁盛ピーク時期には**20名**ほどの従業員で、**1日約200名**集客、**100万円**以上の売上を叩き出す店舗だったが、**1995年(平成7年)1月17日**の阪神淡路大震災で、店舗は全壊。一時は廃業を考えた時期もあったが、地域の皆様からの応援もあり、全壊した店舗前に椅子とテーブルを設置した青空営業を行い、その後プレハブ仮設店舗での営業を経て、翌年**1996年6月**に2号店「元町店」をオープン。**1997年9月**には、プレハブ仮設店舗から本店への再建リニューアルオープンをした。その後、**1986年**に現代表「中村明博」に事業継承をし、従業員は**40名**を超え、**2017年7月**に3号店「三宮店」のオープンと一時は**3店舗**同時営業と拡大をしていった。

3. 事業の実施体制(実施店舗のオープンまでとその後)

【飲食店の人手不足問題とコロナ禍の中で】

昨今の人手不足からの影響で社員スタッフの残業時間問題や過重労働により、奇しくも**2018**年に三宮店と元町店を閉店、その後は、本店**1**店舗のみでの営業を続けた。**2020**年からコロナ禍に入り、同年**4**月に本店の居酒屋業を休業し、店頭での弁当販売を経て**2021**年**9**月から配達弁当事業(ランチ弁当・高級仕出し弁当)に転換、本店**2**階店舗を**A**型就労支援事業所として弁当事業の運営を行った。

コロナ禍後半に入ると、お客様から店舗**2**階(およそ**80**席)を再オープンして欲しいとの声が増えたが、**A**型就労支援事業所としての規定により、居酒屋営業をすることができなかった為、同じ商店街内にあった空き店舗をみつけ、南店のオープンを決めた。コロナ禍の中での店舗づくりには、広い空間と換気、お客様同士の距離を取ることが求められ、それらの条件や工夫を組み込んだ設計となり、下町の居酒屋としては新しい、天井が高く、空間を広く使った店ができあがった(これが現在のモデル事業実施店舗の新開地南店)。南店では、感染を防ぐために、最新のモバイルオーダーを取り入れ、アルコール消毒を徹底した営業となり、その習慣は今も続いている。(※現在**A**型就労支援事業所は終了し、本店も**2024**年**3**月から居酒屋として営業再開した。)

3. 事業の実施体制(実施店舗の内装について)



ガラス張りで店内の様子が見える外観



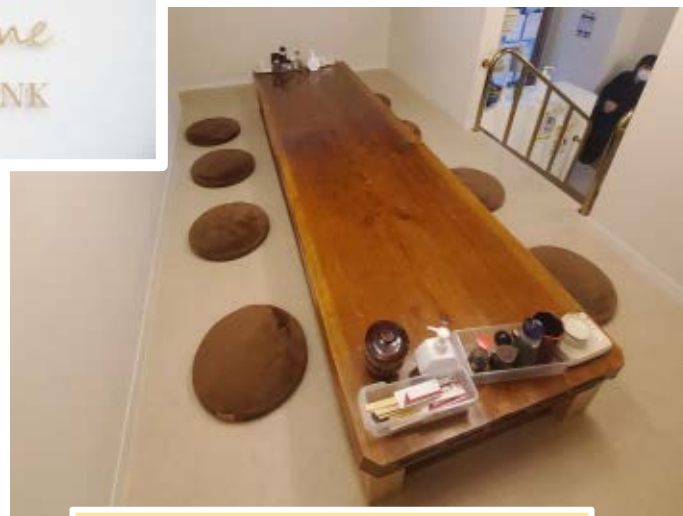
天井が高い空間テーブル席(約40席)



カウンター(約4席)



テーブル窓側席(約10席)



中2階掘りごたつ席(約10席)

3. 事業の実施体制(実施店舗の提供料理について)



昭和46年創業時から人気の串かつ



昔ながらの出し巻



ランチで人気の日替り定食



本日のおすすめお造り



カフェタイムに東京茶も

4. 事業の成果 (①②)

①②食品廃棄量計測の様子



その日に出た食品廃棄を事業
所用ゴミ袋に入れ、口を結び
計測器を取り付ける



計測をし、計測値を記録と
して書き留める。

4. 事業の成果 (①②)

①②食品廃棄量・お持ち帰り量の計測結果(7月・8月)

フードロス削減チャレンジ 計測記録 記入表

八喜為 新聞地南店

2024年7月 南店廃棄量					南店 来客数データ	
日	曜日	廃棄量計測記録(kg)	お客様持ち帰り計測記録(g)		客数	1人当たり廃棄量(g)
1	月	—	—	—	—	—
2	火	—	—	—	—	—
3	水	—	—	—	—	—
4	木	—	—	—	—	—
5	金	—	—	—	—	—
6	土	—	—	—	—	—
7	日	—	—	—	—	—
8	月	—	—	—	—	—
9	火	—	—	—	—	—
10	水	—	—	—	—	—
11	木	—	—	—	—	—
12	金	—	—	—	—	—
13	土	—	—	—	—	—
14	日	—	—	—	—	—
15	月	—	—	—	—	—
16	火	—	—	—	—	—
17	水	—	—	—	—	—
18	木	—	—	—	—	—
19	金	—	—	—	—	—
20	土	—	—	—	—	—
21	日	13.5	—	—	162	83.3
22	月	6.5	—	—	69	94.2
23	火	13.5	—	—	128	105.5
24	水	—	—	—	—	—
25	木	8	—	—	117	0.0
26	金	11	—	—	133	82.7
27	土	15.5	—	—	132	117.4
28	日	12	—	—	164	73.2
29	月	9	—	—	97	92.8
30	火	8.5	—	—	100	85.0
31	水	—	—	—	—	—
合計		97.5	0	0	1102	734.1
平均		11	0	0	122	82

フードロス削減チャレンジ 計測記録 記入表

八喜為 新聞地南店

2024年8月 南店廃棄量					南店 来客数データ	
日	曜日	廃棄量計測記録(kg)	お客様持ち帰り計測記録(g)		客数	1人当たり廃棄量(g)
1	木	7			102	68.6
2	金	8.5			115	73.9
3	土	14.5			152	95.4
4	日	11.5			162	0.0
5	月	9.8			94	104.3
6	火	4.9			65	75.4
7	水	休				0.0
8	木	4.9			109	45.0
9	金	12.2			106	115.1
10	土	9.2			181	50.8
11	日	5.7			136	0.0
12	月	8.8			140	62.9
13	火	10.5			159	66.0
14	水	11.7			154	76.0
15	木	4.3			155	27.7
16	金	7			156	44.9
17	土	7.3			183	39.9
18	日	5.5			110	0.0
19	月	2.8			78	35.9
20	火	5.5			106	51.9
21	水	休				0.0
22	木	2.4			100	24.0
23	金	6.1			124	49.2
24	土	8.1			161	53.6
25	日	2.8			132	0.0
26	月	休				0.0
27	火	休				0.0
28	水	休				0.0
29	木	2.4			76	31.6
30	金	4.5			89	50.6
31	土	9			110	81.8
合計		186.9	0	0	3245	1324.4
平均		7	0	0	125	43

4. 事業の成果 (①②)

①②食品廃棄量・お持ち帰り量の計測結果(9月・10月)

フードロス削減チャレンジ 計測記録 記入表

八喜島 新聞地南店

2024年9月 南店廃棄量					南店 来客数データ	
日	曜日	廃棄量計測記録(kg)	お客様お持ち帰り計測記録(g)		客数	1人当たり廃棄量(g)
1	日	7.8			134	58.2
2	月	7.8			83	94.0
3	火	7			69	101.4
4	水	休み				0.0
5	木	7			100	70.0
6	金	18			148	121.6
7	土	19			150	126.7
8	日	13	320		181	71.8
9	月	17			99	171.7
10	火	17			105	161.9
11	水	休み				0.0
12	木	5.2			99	52.5
13	金	10			126	79.4
14	土	18			144	125.0
15	日	22			192	114.6
16	月	9.9	868		128	77.3
17	火	14			127	110.2
18	水	休み				0.0
19	木	14	250		82	170.7
20	金	10	270		159	62.9
21	土	4.5			122	36.9
22	日	10.5			121	86.8
23	月	13.7			163	84.0
24	火	8.5			88	96.6
25	水	休み				0.0
26	木	7.2			124	58.1
27	金	8.5			113	75.2
28	土	6.2			145	42.8
29	日	9.5			149	63.8
30	月	2.1			51	41.2

合計 287.4 1708 0 0 3202 2355.3
平均 11 427 123 78.5

フードロス削減チャレンジ 計測記録 記入表

八喜島 新聞地南店

2024年10月 南店廃棄量								南店 来客数データ	
日	曜日	廃棄量計測記録(kg)	お客様お持ち帰り計測記録(g)					客数	1人当たり廃棄量(g)
1	火	3.5						83	42.2
2	水	休み						—	0.0
3	木	4.2						100	42.0
4	金	8.5						140	0.0
5	土	8.5						141	60.3
6	日	10						155	64.5
7	月	3.9						70	55.7
8	火	9.9						130	76.2
9	水	休み						—	0.0
10	木	5.8						103	56.3
11	金	9.5						109	87.2
12	土	15						152	98.7
13	日	12.5						160	78.1
14	月	3.4						106	32.1
15	火	4.3	219					121	35.5
16	水	休み						—	0.0
17	木	4.9						121	40.5
18	金	6.9	629	863	811	255	587	169	0.0
19	土	5.8						152	38.2
20	日	3.4	550					178	19.1
21	月	4.2						86	48.8
22	火	3.6	222	87				109	33.0
23	水	休み						—	0.0
24	木	4.1						126	32.5
25	金	11						118	0.0
26	土	8.9						138	64.5
27	日	8.7	89					174	50.0
28	月	3.5	184					101	34.7
29	火	3.5	160					84	41.7
30	水	休み						—	0.0
31	木	3.2						111	28.8

合計 170.7 2053 950 811 255 587 3237 1160.5
平均 7 293 475 811 255 587 125 44.6
合計 4656 平均 388

4. 事業の成果 (①②)

①②食品廃棄量・お持ち帰り量の計測結果(11月・12月)

フードロス削減チャレンジ 計測記録 記入表

八喜為 新聞地南店

2024年11月 南店廃棄量								南店 来客数データ	
日	曜日	廃棄量計測記録(kg)	お客様お持ち帰り計測記録(g)					客数	1人当たり廃棄量(g)
1	金	6.5						85	76.5
2	土	4.2						117	0.0
3	日	11	162					181	60.8
4	月	3.1	176					115	0.0
5	火	3.2						97	33.0
6	水	—	—	—	—	—	—	—	—
7	木	2.7	181					74	36.5
8	金	6						134	44.8
9	土	4.9	96	53				132	0.0
10	日	8.5						158	53.8
11	月	2.9						64	45.3
12	火	4.8						78	61.5
13	水	—	—	—	—	—	—	—	—
14	木	5.1						117	43.6
15	金	8.5						109	78.0
16	土	8						104	0.0
17	日	3.8						169	22.5
18	月	4						84	0.0
19	火	4.6						106	43.4
20	水	—	—	—	—	—	—	—	—
21	木	3.1						90	34.4
22	金	5.5						122	45.1
23	土	—						180	0.0
24	日	6						145	41.4
25	月	5.5						120	0.0
26	火	1.8						67	26.9
27	水	—	—	—	—	—	—	—	—
28	木	7						99	70.7
29	金	8						131	61.1
30	土	8						170	0.0
合計		136.7	615	53	0	0	0	3048	879.1
平均		5	154	53	####	####	####	117	41.9
		668		平均	134				

フードロス削減チャレンジ 計測記録 記入表

八喜為 新聞地南店

2024年12月 南店廃棄量								南店 来客数データ	
日	曜日	廃棄量計測記録(kg)	お客様お持ち帰り計測記録(g)					客数	1人当たり廃棄量(g)
1	日	4.5						121	37.2
2	月	2.7						91	0.0
3	火	4						98	40.8
4	水	—						—	—
5	木	計測記録なし						89	—
6	金	計測記録なし						138	—
7	土	8.5						167	50.9
8	日	計測記録なし						172	—
9	月	2						100	20.0
10	火	2.1						60	35.0
11	水	—	—	—	—	—	—	—	—
12	木	4						114	35.1
13	金	9						156	57.7
14	土	7.5						154	48.7
15	日	6						132	45.5
16	月	計測記録なし						71	—
17	火	1.2						71	16.9
18	水	—	—	—	—	—	—	—	—
19	木	6.5						124	52.4
20	金	8.5						128	66.4
21	土	10.5						169	62.1
22	日	6						112	53.6
23	月	2.2						72	30.6
24	火	1.1						75	14.7
25	水	—	—	—	—	—	—	—	—
26	木	6						130	46.2
27	金	10.5						121	86.8
28	土								—
29	日								—
30	月								—
31	火	—	—	—	—	—	—	—	—
合計		102.8	0	0	0	0	0	2665	800.4
平均		5	—	—	—	—	—	116	42
		0		平均	—				

4. 事業の成果 (①②)

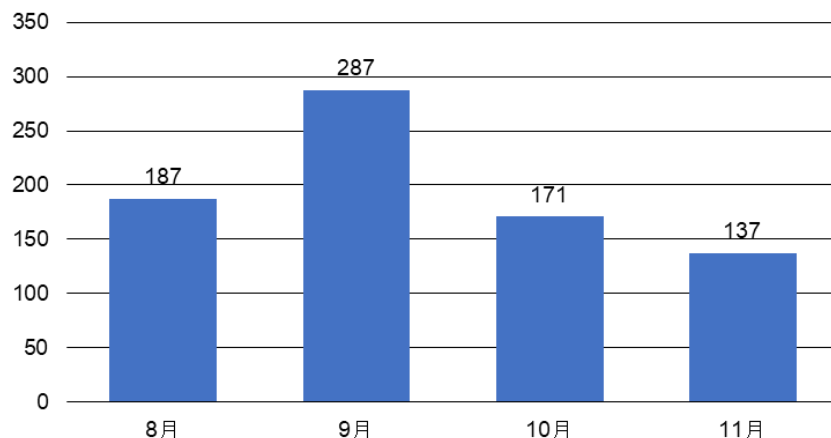
①②食品廃棄量・お持ち帰り量の計測結果まとめ

月別・食品廃棄量合計、お客様持ち帰り量合計は以下の通り。

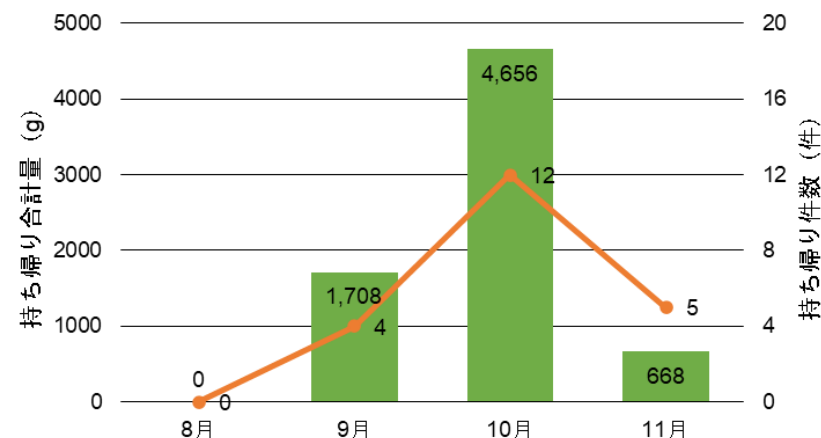
月別の店舗での食品廃棄量の合計は、mottECOの告知を始めた10月以降で減少傾向にあることが分かる。これは、店内のポスターやチラシでの呼びかけ、スタッフからの声かけの他に、10月が「食品ロス削減月間」としてのテレビ報道なども多くあったことにより、スタッフやお客様がフードロスに対して意識し始めた影響があったと思われる。

また、持ち帰り実績に着目すると、こちらも上記のように10月は「食品ロス削減月間」の絡みもあり、持ち帰り件数が非常に大きくなった。11月の件数が低くなった点については、忘年会シーズンに入り通常の接客業務が忙しく、スタッフからのmottECOの声かけ等の働きかけが少なくなったことに加え、鍋料理の参入や宴会コースメニューの分量の見直しが行われた点が原因としてあげられる。(鍋料理の場合、持ち帰りが難しいという点と、グループ内で多く食べられる人がいると、料理を食べ切る傾向が強くなるという点があげられる。)

月別・店舗での食品廃棄量：合計 (kg)



月別・お客様お持ち帰り量：合計 (g)、件数



※ 7月21日から測定を開始しているため、7月分のデータはここでは除外した。

4. 事業の成果 (①②)

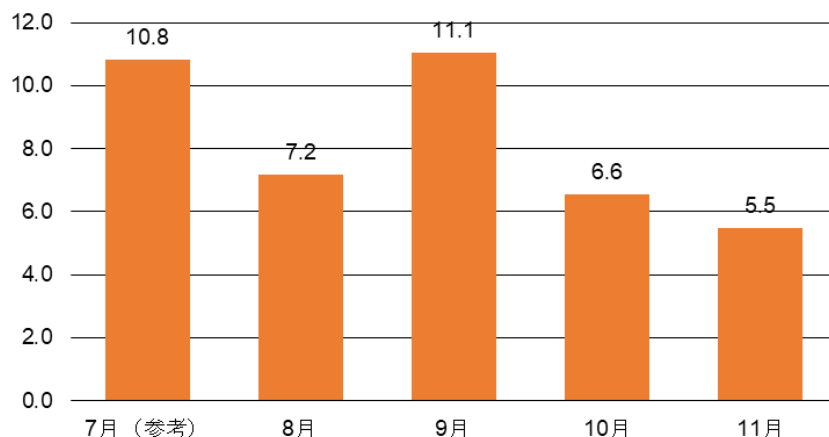
① ②食品廃棄量・お持ち帰り量の計測結果まとめ

月別・1日当たりの平均廃棄量、お客様一人当たりの平均廃棄量は以下の通り。

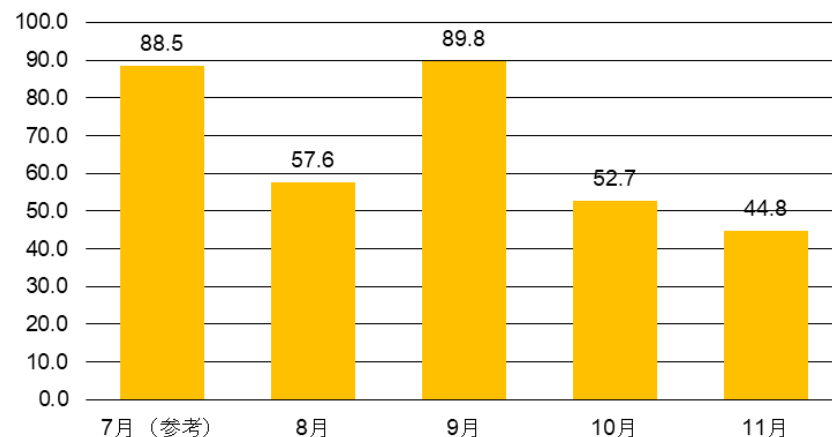
8月について、1営業日当たり平均とお客様一人当たり平均廃棄量が少ない傾向であった。原因としては、お盆休みを挟み、営業日数が少なかったこと、夏休み期間で食べ残しの少ない家族層の来店が比較的多かったこと等が影響していると考えられる。

また、9月の廃棄量が8月の廃棄量より多い点については、店舗の売上システム分析からみると、ドリンクとフードの販売点数バランスが8月より9月の方がドリンク販売点数が多い点に違いがあった(■8月→ドリンク35%フード65% ■9月→ドリンク38%・フード62%)。この分析より推測すると9月はアルコール類を飲むお客様が多かった為、満腹になり料理を残す傾向が強くなったということが原因のひとつとして考えられる。(■10月→ドリンク35%・フードは65% ■11月→ドリンク36%・フード64% ※11月は鍋メニューの参入あり。)

月別・店舗での食品廃棄量：1営業日当たり平均 (kg)



月別・店舗での食品廃棄量：客一人当たり平均 (g)



※7月21日から測定を開始しているため、7月のデータは参考値。

4. 事業の成果 (①②)

①②食品廃棄量・お持ち帰り量の計測結果まとめ

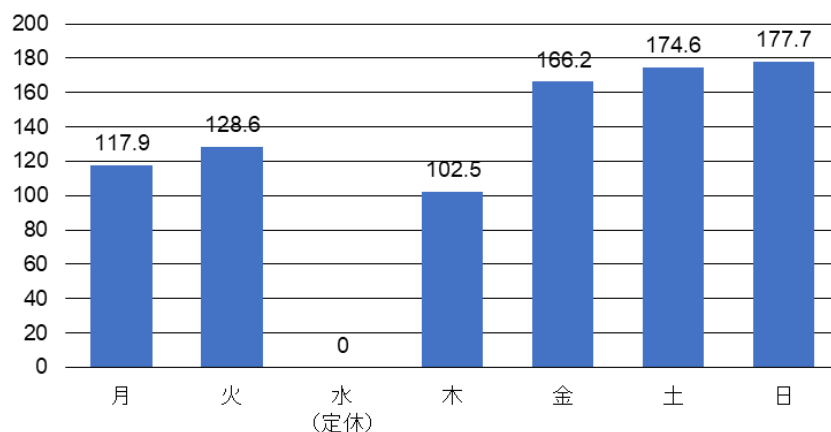
曜日別・店舗での食品廃棄量合計、お客様お持ち帰り量合計は以下の通り。

グラフの結果を見てわかることは、週末が食品廃棄量が多いことがよくわかる。

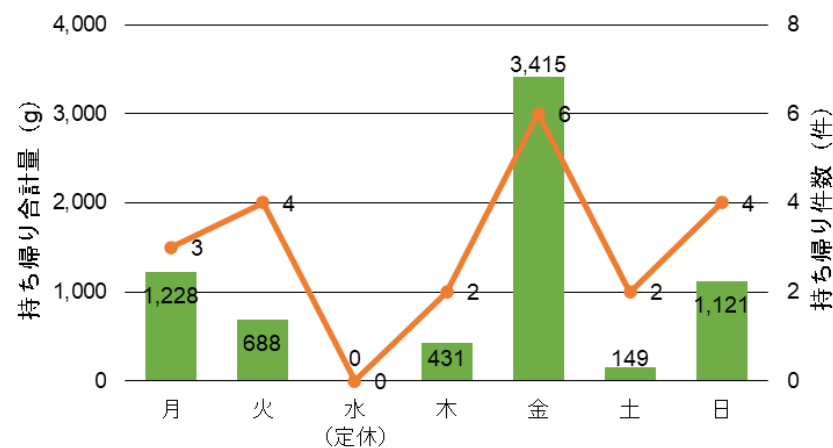
この点については、単純に週末は来客数が多く、料理の販売点数が多くなることにより、廃棄量も多くなることが推測される。

また、お持ち帰り量の曜日別の結果については、週末前の金曜日がmottECOを活用しているお客様が飛びぬけて多い点に注目したい。これは一般的に考えると、金曜日に宴会が集中したことで団体のお客様が多く、連なってmottECOがよく使われたことと、翌日が仕事が休みという方が多く、残った料理を持ち帰り、もう一度、家でゆっくりと楽しもうという考え方が反映されている可能性があることが考えられる。

曜日別・店舗での食品廃棄量：合計 (kg)



曜日別・お客様お持ち帰り量：合計 (g)、件数

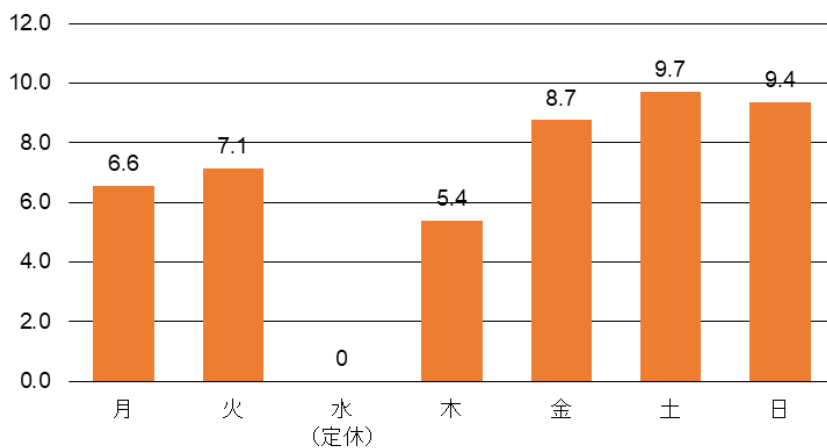


4. 事業の成果 (①②)

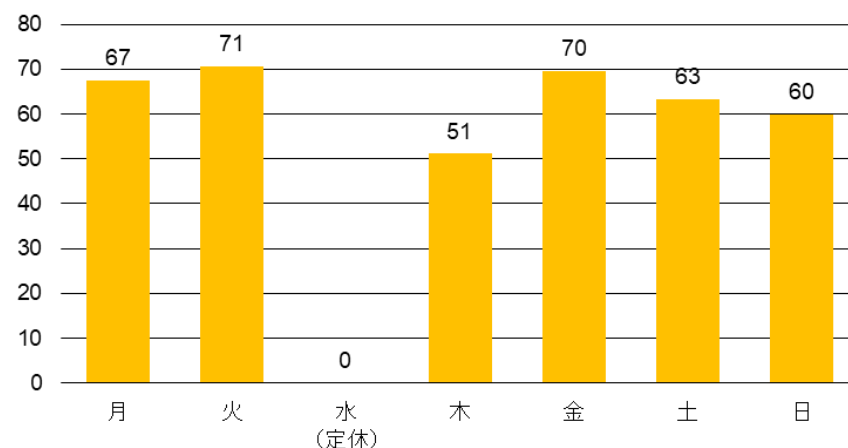
①②食品廃棄量・お持ち帰り量の計測結果まとめ

曜日別・店舗での廃棄量1日あたりの平均、お客様廃棄量1人当たり平均は以下の通り。
計測結果を見ると、1営業日あたりの食品廃棄量は来客数の多い週末が多くなっているが、お客様1人あたりの食品廃棄量を確認すると、週始めの月・火曜日の方が週末より多いことがわかる。このことから、週始めはお一人様や少人数でご来店されるお客様が多く、1人当たりの食べ残し量が多くなっていることがわかる。これは、弊店の一品当たりの料理の分量が多いことや1グループあたりの人数の差が、食べ残し量に比例していることがわかる。例えば、1グループあたりの人数が多く、一種類の料理を数人でわける場合は、廃棄量が少なくなりやすいが、1グループあたりの人数が少なく、一種類の料理を一人で食べる量が多くなる場合は、その料理に飽きてしまい、一品あたりに残す量が多くなる傾向が強くなると考えられる。

曜日別・店舗での食品廃棄量：1営業日当たり平均 (kg)



曜日別・店舗での食品廃棄量：客一人当たり平均 (g)



4. 事業の成果 (②)

mottECO 持ち帰り計測 報告書(コメント付き)

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者: XXXXXXXXXX
日時: 10月15日(火) PM 16:38 頃お持ち帰り		
☆何名様のご来店か? 男女比 2名 (男性 名/女性 2名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大 PC中 P・小 P/お箸 1膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
→商品名	串かつ3本、セロベリ	219g
→商品名		
→商品名		
→商品名		
※パッケージをお席に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰める＆計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認をすることが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか?		
はい・いいえ		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。		
居酒屋でも持ち帰れる事に とてもおどろいていました!		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿して良いか?		
はい・いいえ		

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者: XXXXXXXXXX
日時: 10月18日(金) PM 22:15 頃お持ち帰り		
☆何名様のご来店か? 男女比 2名 (男性 2名/女性 名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大 P・中 P・小 P/お箸 3膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
→商品名	出巻、ガリウ唐揚げ、串かつ3本	629g
→商品名		
→商品名		
→商品名		
※パッケージをお席に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰める＆計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認をすることが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか?		
はい・いいえ		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。		
パッケージのデザインが目にとまったらしく、 食品ロスに興味を持っていただけたみたいで。		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿して良いか?		
はい・いいえ		

4. 事業の成果 (②)

mottECO 持ち帰り計測 報告書(コメント付き)

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者:
日時: 10月18日(金) PM 22:00頃お持ち帰り		
☆何名様のご来店か? 男女比 6名 (男性 名/女性 6名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大 P・中 P・小 P/お箸 3膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
→商品名	「 鯛めし 」	540. g
→商品名	「 おれめ揚げ 」	165. g
→商品名	「 赤ワインナー 」	158. g
→商品名	「 赤ワインナー 」	g
※パッケージをお店に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰める＆計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認をすることが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか?		
はい・いいえ		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。		
ニコースで食品ロスを見ていて 気になったとお聞きしました。		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿して良いか?		
はい・いいえ		

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者:
日時: 10月18日(金) PM 22:12頃お持ち帰り		
☆何名様のご来店か? 男女比 6名 (男性 名/女性 6名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大 P・中 P・小 P/お箸 4膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
→商品名	「 おれめ揚げ 」	310. g
→商品名	「 赤ワインナー 」	342. g
→商品名	「 串カツ 4本 」	81. g
→商品名	「 ホットフライ 」	78. g
※パッケージをお店に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰める＆計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認をすることが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか?		
はい・いいえ		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。		
モリイコデザインがかわいく 怖れようと思。たまたまで		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿して良いか?		
はい・いいえ		

4. 事業の成果 (②)

mottECO 持ち帰り計測 報告書(コメント付き)

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者: XXXXXXXXXX
日時: 10月22日(火) PM 16:30 頃お持ち帰り		
☆何名様のごグループか? 男女比 9名 (男性 名/女性 9名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大/ P・中/ P・小 P/お箸 2膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
→商品名 「串カツ2本」	128g	
→商品名 「串カツ2本」	94g	
→商品名 「		
→商品名 「		
※パッケージをお店に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰める&計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認することが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか? ☒ はい・いいえ		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。 美味しい料理を家で 食べられるのがうれしいです。		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿をして良いか? ☒ はい・いいえ		

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者: XXXXXXXXXX
日時: 10月22日(火) PM 13:19 頃お持ち帰り		
☆何名様のごグループか? 男女比 2名 (男性 1名/女性 1名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大 P・中/ P・小 P/お箸 0膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
→商品名 「串カツ2本」	87g	
→商品名 「		
→商品名 「		
→商品名 「		
→商品名 「		
※パッケージをお店に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰める&計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認することが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか? ☒ はい・いいえ		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。 フードロスの削減がありがとうございます。 お客様も「ありがとうございます」と喜んで頂いています。		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿をして良いか? ☒ はい・いいえ		

4. 事業の成果 (②)

mottECO 持ち帰り計測 報告書(コメント付き)

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者: [REDACTED]
日時: 10月 27 日 (日) PM 20 : 18 頃お持ち帰り		
☆何名様のご来店か? 男女比 2 名 (男性 1 名/女性 1 名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大 P・中 1 P・小 P/お箸 膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
→商品名 「	ねぎやしゃー	89 g
→商品名 「		
→商品名 「		
→商品名 「		
※パッケージをお店に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰める＆計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認することが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか?		
はい・いいえ		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。		
最初のわいわいさまで、 家で食べたいので持ち帰りしたいと 申し出がありました！		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿をして良いか?		
はい・いいえ		

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者: [REDACTED]
日時: 10月 28 日 (月) PM 13 : 05 頃お持ち帰り		
☆何名様のご来店か? 男女比 1 名 (男性 1 名/女性 0 名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大 1 P・中 P・小 P/お箸 膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
→商品名 「	串カツ3串	184 g
→商品名 「	やばり	
→商品名 「		
→商品名 「		
→商品名 「		
※パッケージをお店に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰める＆計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認することが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか?		
はい・いいえ		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。		
お年寄の方へ、 食べきやないの? 持ち帰って家でいいの?		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿をして良いか?		
はい・いいえ		

4. 事業の成果 (②)

mottECO 持ち帰り計測 報告書(コメント付き)

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者:
日時: 11 月 3 日 (日) PM 20 : 40 頃お持ち帰り		
☆何名様のご来店か? 男女比 2 名 (男性 1 名/女性 1 名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大 1 P・中 P・小 P/お箸 1 膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
→商品名	「 黒焼きそば 」	162 g
→商品名	「 」	g
→商品名	「 」	g
→商品名	「 」	g
※パッケージをお店に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰めると計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認することが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか?		
はい・いいえ		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。		
親子で、お母さんが持ち帰られました。		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿をして良いか?		
はい・いいえ		

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者:
日時: 11 月 4 日 (月) PM 22 : 30 頃お持ち帰り		
☆何名様のご来店か? 男女比 2 名 (男性 1 名/女性 1 名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大 1 P・中 P・小 P/お箸 0 膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
→商品名	「 手羽ダク2本 」	176 g
→商品名	「 」	g
→商品名	「 」	g
→商品名	「 」	g
※パッケージをお店に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰めると計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認することが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか?		
はい・いいえ		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。		
若い男2人組で、女性の方が持ち帰られました。		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿をして良いか?		
はい・いいえ		

4. 事業の成果 (②)

mottECO 持ち帰り計測 報告書(コメント付き)

mottECO 持ち帰り計測 報告書		記入者: [REDACTED]
日時: 11月9日(土.) PM 22:10 頃お持ち帰り		
☆何名様のごグループか? 男女比 4名 (男性 2名/女性 2名)		
☆使用したバック・お箸の数: バック大 P② / P② / P/お箸 2膳		
☆何の料理を持ち帰ったか? 計測記録(g)も記入する。		
一商品名 「	生キャラメル	96g
一商品名 「	さほ"煮付け	53g
一商品名 「		
一商品名 「		
※パッケージをお席に持っていった時に、一緒にテーブルで会話をしながら食品を詰める&計測を手伝いましょう。この時に、お持ち帰りNGな生ものや刺身などを詰めていないか、目視で確認することが大切です。		
☆お持ち帰りの際の注意喚起の声かけと手紙とサービス券のお渡しはしたか?		
はい・いいえ ☒ はい		
※食品を詰め終わったら、持ち帰りの際の注意喚起を口頭で伝えて、手紙と次回使えるドリンクサービス券を、お持ち帰り袋に入れておく。		
☆お客様へどのようにお持ち帰りmottECOの活用へのお声がけをしたか? 工夫した点・お客様の反応・お客様とした会話等あれば書いて下さい。		
若い男女グループ。 テーブル上にあるモナコのPRを見て お箸さながらお声がけいただきました。		
☆お客様を撮影したmottECO実施中の動画や写真をお店のSNSに投稿して良いか?		
はい・いいえ ☒ はい		

4. 事業の成果 (②)

②お持ち帰り量の計測結果についての考察

お持ち帰り量については、グループ内に女性客が多いと、比較のお持ち帰りされることが多い傾向がある。

また、グループ内で1人が持ち帰ると宣言をすると、他の人も連れだって持ち帰られるという動きがみられるという報告があがってきている。

この行動心理は、集団での連帯感や仲間意識、協調性などの部分が前面に表れた結果であると思われる。また、グループ内の人数が少ないと、一品当たりの食べ残し量が多くなる傾向が強いので、今後はそちらの対策も考えていかなければならない。

店側はそういったお客様の行動心理も捉えながら、大人数グループで食べ残しをしているお客様への声のかけ方と、少人数グループで食べ残しをしているのお客様への声のかけ方の使い分けなどを工夫して、上手に誘導していくことができれば、より居酒屋飲食店でのフードロス削減していくことができるのではないかと考えられる。



4. 事業の成果 (③)

③mottECO告知



店頭告知



店舗内告知



mottECO専用パッケージ

4. 事業の成果 (④)

④南店モバイル会員様・周辺地域の方へmottECO意識調査アンケート結果 (9月実施)

1. 周辺地域の方へのアンケート結果 (アンケート総数 1000(人中))

周辺地域のドコモユーザーに対して、mottECOについてどう思うか聞いたところ、興味がある層 (39.7%) と、興味がない層 (38.3%) が半々であった。

なお、本調査では、八喜為のターゲット層である中高年・高齢者等を対象とすることを想定し、メールでアンケート案内を行ったため、回答者の属性に偏りがある (高齢者が多め)。

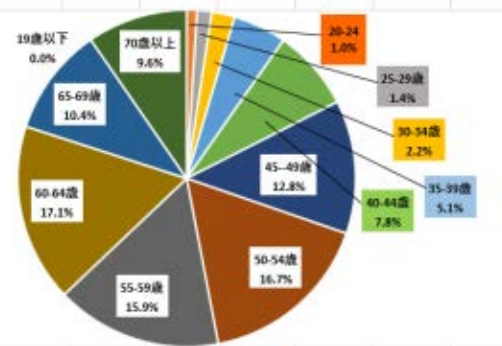
Q1.あなたは店内飲食での食べ残しを持って帰る事(mottECO)についてどう思いますか？
(回答はひとつ)



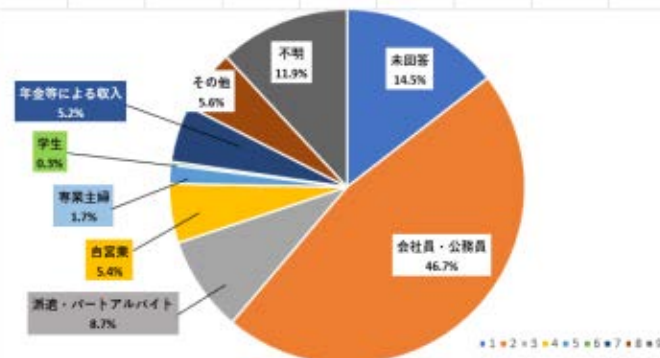
利用者性別



年代別 (5歳刻み)



利用者職業区別



4. 事業の成果 (④)

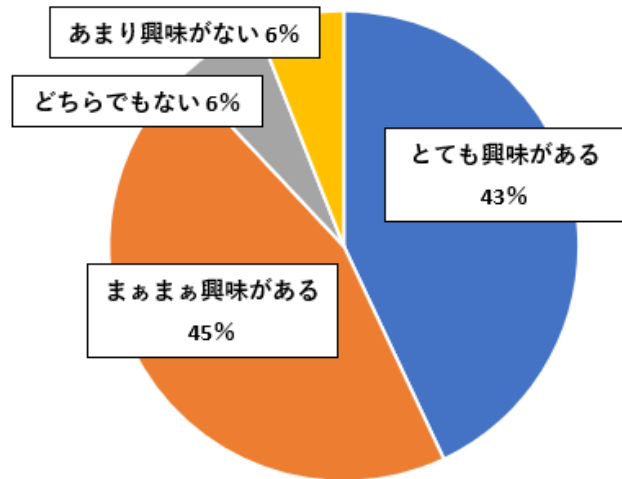
④南店モバイル会員様・周辺地域の方へmottECO意識調査アンケート結果（9月実施）

2. 南店モバイル会員様アンケート結果（アンケート総数 157(人中)）

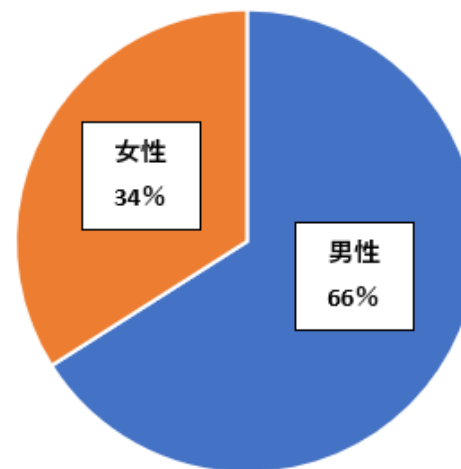
南店モバイル会員（八喜為をよく利用する会員）に対して、mottECOについてどう思うか聞いたところ、興味がある層（87%）と、興味がない層（7%）という結果になり、興味があるとの回答が大半であった。

南店をよく利用する会員は、もともとある程度mottECOに興味関心を持っていることがうかがえる。

店内飲食での食べ残しをお持ち帰すること(mottECO)について



利用者性別



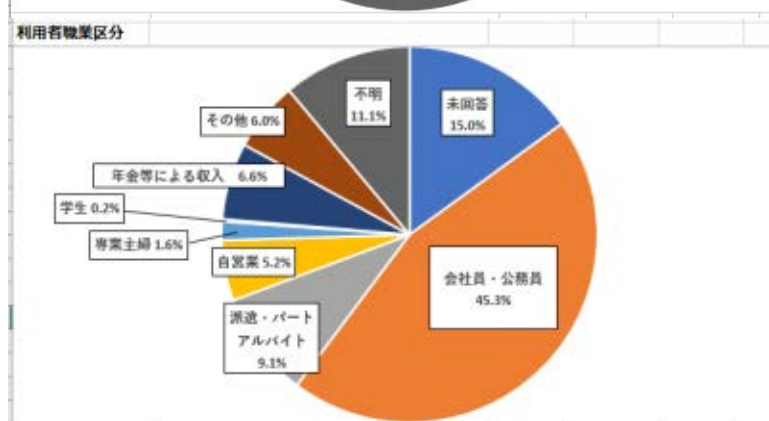
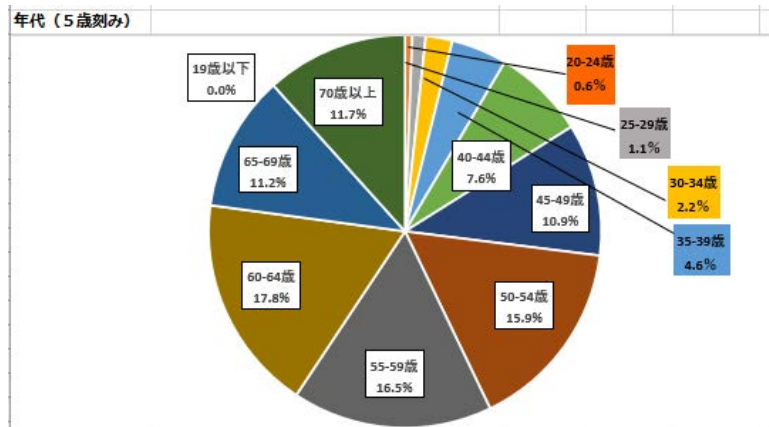
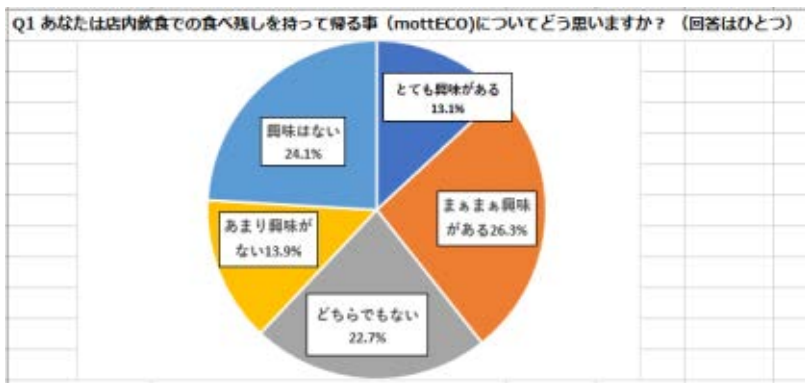
4. 事業の成果 (④)

④南店モバイル会員様・周辺地域の方へmottECO意識調査アンケート結果（12月実施）

1. 周辺地域の方へのアンケート結果（アンケート総数 1000(人中)）

周辺地域のドコモユーザーに対して、mottECOについてどう思うか聞いたところ、興味がある層（39.4％）と、興味がない層（38％）が半々であった。

なお、本調査では、八喜為のターゲット層である中高年・高齢者等を対象とすることを想定し、メールでアンケート案内を行ったため、回答者の属性に偏りがある（高齢者が多め）。



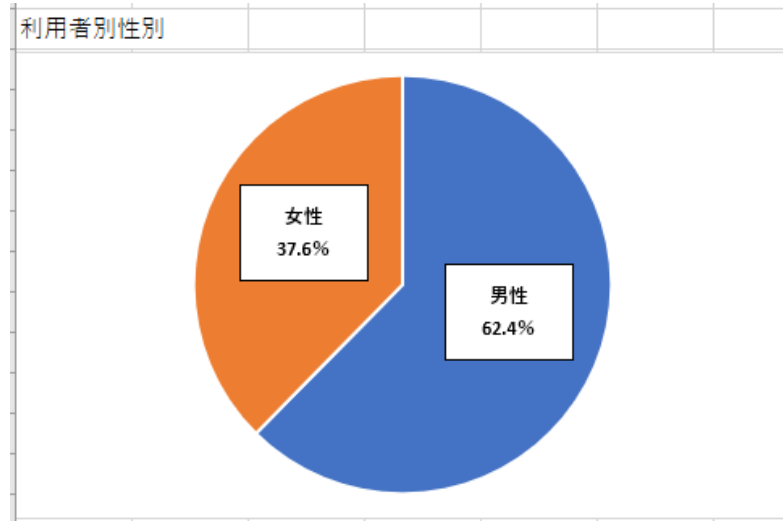
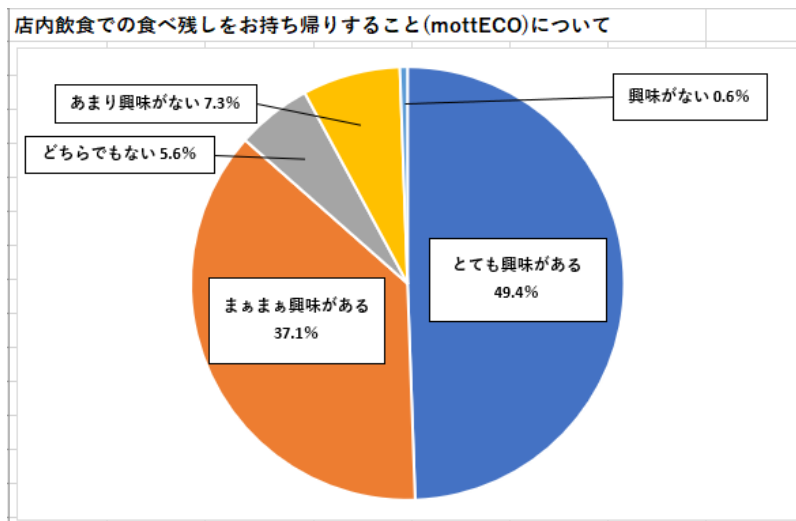
4. 事業の成果 (④)

④南店モバイル会員様・周辺地域の方へmottECO意識調査アンケート結果（12月実施）

2. 南店モバイル会員様アンケート結果（アンケート総数 157(人中)）

南店モバイル会員（八喜為をよく利用する会員）に対して、mottECOについてどう思うか聞いたところ、興味がある層（86.5％）と、興味がない層（7.9％）という結果になり、興味があるとの回答が大半であった。

南店をよく利用する会員は、元々ある程度mottECOに興味関心を持っていることがうかがえる。



4. 事業の成果 (④)

④南店モバイル会員様・周辺地域の方へmottECO意識調査アンケート結果に関する考察

今回のアンケートでmottECOへの興味関心は周辺地域の方の回答は、前半(1回目)のアンケート結果において「興味がある層が約4割」「興味がない層が約4割」「どちらでもない層が約2割」とどまった。

しかし、同じように行った南店のモバイル会員様へのアンケート結果においては「興味のある層が約9割」「興味がない層が約0.5割」「どちらでもない層が約0.5割」と、周辺地域の方とは、大きく異なった結果となった。

これらは元々、南店のモバイル会員様は外食をよく利用される方であり、弊社にも好んで来店されているお客様が多いということで、外食や食べ物に関する興味や意識が一般の方よりも高いことがうかがえる。

またmottECOを開始してから1ヶ月後に行った、後半のアンケート調査の結果は前半の結果とほぼ変わらなかったことから、短期間では大きく意識の変化が見られないことがわかった。しかし、今後も地道に店側からmottECOの活用を働きかけていく事によって、弊社のお客様をはじめ、周辺地域の方の意識も変わっていく事が期待できる。

4. 事業の成果 (⑤)

⑤ オーダーシステム



セルフオーダー告知
&mottECO注文システム画面
(お客様用)



モバイルオーダー告知
&mottECO注文システム画面
(お客様用)



ハンディ
mottECO注文システム画面
(スタッフ用)

4. 事業の成果 (⑤)

⑤「mottECO活用お持ち帰り」カウント結果（実施期間：10/16～12/27）

mottECO活用・お持ち帰りカウント数

【10月】12組／49名 【11月】4組／10名 【12月】0名 合計16組／59名

mottECO容器利用数

【10月】14個 【11月】5個 【12月】0個 合計 19個

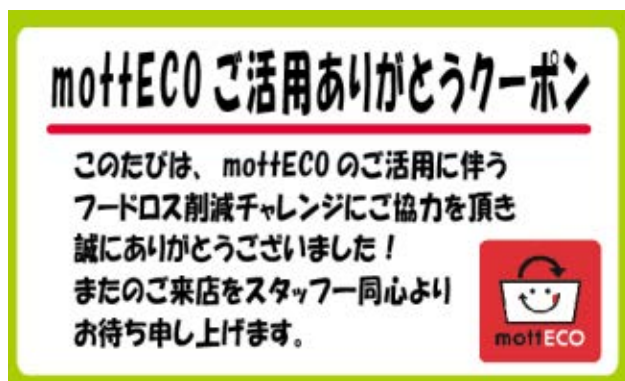
⑤お持ち帰りカウント結果についての考察

10月はmottECOが始まった月であり「食品ロス削減月間」も重なり、多くのお客様にmottECOを活用してもらったことがよくわかる。11月は忘年会シーズンに入り、スタッフが通常接客業務に忙しく、お客様へのmottECOのご案内ができなかったことに加え、鍋料理が参入した点、宴会コースメニューの分量の見直しをした点により、食べ切りが増えたり、持ち帰りができなかったことで、mottECOの注文数が減ったと考えられる。また12月は、お客様にmottECOをご案内しても断られることもあったと報告が上がってきている。忘年会シーズンの中、他人と飲食を共にする機会も多く、感染症の多い季節で、お客様も衛生面等を考慮し懸念を抱いた結果と考えられる。

4. 事業の成果 (⑥)

⑥mottECOご活用ありがとうクーポン配布

下記のクーポンを、mottECOを活用されたお客様に、mottECOの注意書きチラシと一緒にお渡しした。



クーポン表



クーポン裏



「お持ち帰り料理と一緒に注意書きチラシ」

4. 事業の成果 (⑦)

⑦スタッフへの意識調査アンケート結果（アンケート総数 14名中）

八喜為南店でmottECOを実施して

(1)あなたは、八喜為南店がmottECOを実施するまでに、mottECOの存在を知っていましたか？

はい 21%（3名） ・ いいえ 79%（11名）

(2)飲食店舗でmottECOを活用することについて、良いと思う点と良くないと思う点を上げて下さい。

良いと思う点：★まだ食べられる物を食べて貰える仕組み

★食べ切れなかった時に、持ち帰れるのは嬉しいと思う点

★単純にお店のフードロス・残飯等の廃棄量やゴミを減らせるところ

★家に帰ってからも楽しんで食べられるところ(2度楽しめる)

★フードロス削減にもつながる上に、その場では満腹で食べ切れなかった物を家で食べることができるところ

良くないと思う点：★まだまだこの仕組みが広がっていない点

★菌などが増えてしまわないか等、衛生面が気になる点

★生物系NG・自己責任とはいえ、持ち帰るものによっては衛生面が気になる

★食中毒の危険性(料理が作られてから時間が経っている。特に夏場は怖い)

★味が落ちる点（料理が冷めて美味しくなくなる）

★店内で召し上がっている際の飛沫等がかかっていないか等の心配

★結局、食べ忘れて捨ててしまわれ、かえって家庭のゴミが増えること

4. 事業の成果 (⑦)

⑦スタッフへの意識調査アンケート結果

八喜為南店でmottECOを実施して

(3)実際に南店でmottECOを実施して、フードロス削減に対する意識は変わりましたか？

はい 90% (13名) ・ いいえ 10% (1名)

どのように意識は変わりましたか？

- ★食品ロスに対して、すごく意識を向けるようになった
- ★残ってるお料理の量は、以前よりも気にして見るようになった
- ★料理を提供する店側からの働きかけと、利用するお客様の意識が必要な取り組みだと感じるようになった
- ★食べ残している食べ物をみると「もったいない」と思うようになった
- ★自分自身も、なるべく食材は残さず食べようという意識が生まれた

(4)mottECOをお客様におすすめする上で、難しかった点、工夫した点などあればあけて下さい

難しかった点：★どのくらいの残量から、声をかけるべきかの判断に困った

★団体のお客様だと、食べ切れない量が多く、多くの量をお持ち帰り
頂くよう勧めることが難しかった

★お客様と会話して説明することが難しかった(外国人留学生)

工夫した点：★団体のお客様などは、特に食べ残しが多いので、持って帰って

頂けるように、こちらからも、たくさんお声がけをする努力をした

★定食などでも、残っている単品料理があれば、お客様にお声がけをして
容器をお渡しするなど、店側から働きかけていった

4. 事業の成果 (⑦)

⑦スタッフへの意識調査アンケート結果

八喜為南店でmottECOを実施して

(5)毎日の食材の廃棄量を計測していますが、計測について思ったこと、工夫した方が良いと思われる点など、何かアイデアがあれば教えてください。

- ★料理に付ける「大根のケン」などの飾り食材や付け合わせの野菜などの分量の調整をもう少し考えても良いのではないかと思った。
- ★水切りが完璧でない水分量の重さが加わっている点が気になるのと今後の改善点であると思われる。

(6)日頃の日常生活の中で、フードロス削減に対して意識していること、実施していることがあれば教えて下さい。

- ★残さずに食べる。
- ★食べ切れるか考えて、頼み過ぎないようにする。多く注文しない。
- ★野菜の葉や皮なども調理して、無駄なく食べる。
- ★工夫次第では捨てる部分も料理の一部に変えていこうと思う。
- ★飲食店などで外食をした際には、適量を注文をし、なるべく食べ残さないよう努めている

4. 事業の成果 (⑦)

⑦スタッフへの意識調査アンケート結果

八喜為南店でmottECOを実施して

(7)飲食店で今後、フードロス削減でできそうなことがあれば教えてください。

- ★mottECOをもっとお客様にお勧めする
- ★お客様に迷惑にならない程度で、遠慮の塊のような食べ残しは、積極的にお声がけをして召し上がって頂く
- ★一気に頼まれる量が多いと感じた時は、事前にお知らせする等
- ★調理方法を駆使して、食べられるように変化させ、捨てる部分を少なくする
- ★お試しサイズの小さな小皿メニューを増やしてはどうか。
- ★大皿ではなく、一回り小さい中皿サイズのお皿を増やして、1人1人のお客様が遠慮なく食べやすい、お持ち帰りしやすい雰囲気作りをしていければ良いのではないかと思う。
- ★おつまみや揚げ物の盛合せメニューなどで1皿に少しずつの単品料理を盛るなどしてはどうか。
- ★カラフルな器を使うことで飾り食材の量を減らせるのではないか。
- ★宴会メニューを、できる限り個別盛りにする(大皿だと残りやすい)

4. 事業の成果 (⑦)

⑦スタッフへの意識調査アンケート結果についての考察

今回のmottECOに取り組むことによって、南店の店舗スタッフの食品ロスに対する意識が、思っていた以上に大きく変わっていったことが、アンケート結果から、はっきりとわかった。店舗で働いている時だけに限らず、プライベートで外食に行った際にも意識するようになったことは、自分に対してもお店に対しても、とてもプラスになっていくと思われる。

飲食業に関わる人間として、その心と意識の高さは、今後、弊社の力と宝になると思われる。また、フードロス削減を通して、地球環境のことまで考えられるようになると、それぞれの生き方にも影響が出てくると考えられる。

今回の取り組みをきっかけとして、弊社スタッフやお客様をはじめ、1人でも多くの人達が、より良い環境作りと食への意識を高く持ち、日々の生活が良い循環になるのなら、私たちにとっても、これほど嬉しいことはない。

5. 今後の検討課題

今後も店内のフードロスを削減していく課題として、創意工夫していくことが必要と思われる事項は、以下にあげられる。

(1) 料理の分量表記・mottECO注文ボタンの増設

メニュー本や注文タブレットのメニュー表示に、商品の分量等がわかる写真や記載が、まだ出来ていないので、今後、メニュー内に組み込んで記載していくことが必要と思われる。

mottECOを簡単に活用してもらえるよう、セルフオーダー内のmottECO注文ボタンを増やしてページ内に配置する。

(2) 食材廃棄量計測の到達目標値の設定

毎日計測している食材廃棄量を将来的にどこまでの分量に減らすのか目標値の設定をして、それに向かって工夫・改善をしていく。

(3) 接客対応の工夫

客席のテーブル上に残っている料理を小皿にまとめて、食べやすいように誘導する等の接客は、現在、店長が行っている為、他のスタッフにも教育・指導していくことが必要と思われる。

5. 今後の検討課題

(4) 団体のお客様に対してのオペレーションの工夫

宴会等のコース料理で食べ切れなかった料理等のお持ち帰りの打診を、早い段階で幹事様と相談し、お客様が帰られるタイミングで、お土産のようにお持ち帰りして頂けるように、店側の工夫とタイミングの計り方も考えて準備&行動する必要があると思われる。

(5) 繁忙期での対応の工夫

繁忙期に入るとホールスタッフは料理のお運びや、お客様の接客に忙しくなる為、どうしてもお客様の食べ残しのフォローやmottECOのご案内等に割く時間が減ってしまいmottECOを活用されるお客様の数が減ってしまうという結果が出てしまった。今後は繁忙期でのフードロス削減とmottECO活用に対しての取り組み方も考える必要があると思われる。

(6) フードロス削減への呼びかけの習慣化

フードロス削減へのご協力とmottECOの活用を常時呼びかけることを辞めないことが必要と思われる。

(店内外POP掲示・SNS配信・お客様への呼びかけ等を習慣化する。)

6. 事業終了後の展開

今回の事業を通して感じたことと今後の展開

今回、居酒屋という、最も食べ残しが出やすいと思われる飲食店でのフードロス削減の事業の取り組みを行って、お客様にフードロスについて意識をしてもらう為への一番の近道は「声かけ」。店側からお客様へのコミュニケーションの働きかけが最も重要なのではないかと、我々スタッフが一番に感じたことである。

この「声かけ」には、実際にスタッフがお客様にお声がけをして、直接コミュニケーションをとる「声かけ」の他に、POPやタブレットメニュー内の広告、卓上ご案内チラシなどの文章やイラスト等、視覚で訴えかけるもの。ホームページ上やSNS配信などのコミュニケーションツールを活用した「呼びかけ」など様々な方法があげられる。

今後は、それらを活用して店内のお客様へのmottECOの呼びかけだけにとどまらず、なぜ、今、フードロス削減が大切なのか、日本の飲食店でフードロスを減らすことにより、どれだけの影響や改善ができるのか等をはじめ、現在の世界の食料事情の日本の位置づけ等も発信していくことが大切なのではないだろうか考える。



6. 事業終了後の展開

実際に普段の日常生活の中で、今、自分たちが出来ることから始め、その少しずつの積み重ねが「塵も積もれば山となる」のように「食品ロスも減ればゴミも減る」の世界が作れるよう、ひとつひとつの飲食店が食品ロス削減に意識を持ち、ひとりひとりのお客様への意識改善を図っていくことが、本来の今回の事業の真の目的であり、今後の展開へのスタートであると、我々は捉えている。

現在、日本でのフードロス量は1日、国民1人当たり「約おにぎり1個分」。

この「おにぎり1個分」を1人1人が、消費しきる意識を持つことで、世界のフードロス事情が大きく変わるのであれば、この活動は続けて、拡大していくことに大きな意味を持つことがよくわかる。

我々も、現在取り組んでいる、お客様へのお声がけと日々の食材廃棄量の計測等を習慣化して、持続的に行っていくことで、日々のフードロスを減らせる行動に繋がりを、より良い環境の維持をできると考えるのであれば、続けていくこと、広げていくことが大切である。



7. 横展開へのポイント

今回、新店舗の南店での取り組みを実施し、新店舗であるがゆえ、新しい事業への取り組みもスムーズにできたという良い点が生かされた。

今後は、この南店での事業の取り組みを老舗店である新開地本店で、更なる工夫を取り入れ、食品ロス削減の実施とmottECOの活用実施の展開を行っていく予定である。

そこで最重要のポイントとして重要視されるのが、**客層と接客力の重要性**である。本店は、昔ながらの店である為、本来居酒屋の重要客層である「よく飲むお客様」が多い店舗である。

また、羽振り良く最初に多く注文されるお客様も多い傾向がある為、南店より食品ロスが多く出やすい兆候も見受けられる。

それらのお客様と、どうコミュニケーションをとり、食べ残しを少なくするか、店側のシステム改善と日頃のお客様とのコミュニケーションの取り方を考え直す必要性が出てくるものと思われる。

居酒屋にmottECOを取り入れることにより、**今までより更に積極的なコミュニケーションを行っていくことがポイント**になってゆくと思われる。

